

## El comercio electrónico. Una guía completa para gestionar la venta online

**Autor:** Ignacio Somalo

**Editorial:** ESIC

El comercio electrónico es una realidad que ha ocupado un espacio relevante en la vida diaria de la mayoría de nosotros. Cada vez compramos más *online* y esto no hará más que seguir creciendo en el futuro. La contrapartida lógica de esta realidad palpable, es que el *ecommerce* está generando y generará cada vez más oportunidades profesionales para darnos la vida, bien como emprendedores o bien trabajando para una empresa que venda *online*. La obra es un compendio de todo lo relevante que se debe conocer en este tipo de venta, que va desde entender los posibles modelos de negocio, hasta todo tipo de aspectos prácticos. No es preciso tener conocimientos previos para poder seguir su contenido.



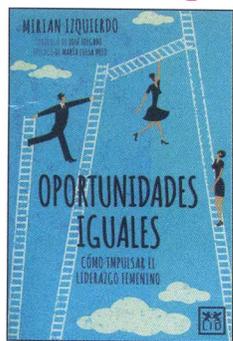
## Oportunidades iguales. Cómo impulsar el liderazgo femenino

**Autora:** Mirian Izquierdo

**Editorial:** LID

A menudo escuchamos que el siglo XXI es el siglo de las mujeres, pero sobre esta afirmación pesan varias dudas. Basta ver datos contundentes como los del Foro Mundial según los cuales España se encuentra a 169 años de la paridad de género, o el estudio que recoge la situación de brecha de género en 90 países de la Organización Mundial del Trabajo. Con el fin de mostrar las barreras

y otros impedimentos a los que se enfrenta la mitad de la población mundial, la autora nos sorprende con un libro diferente y único que muestra cómo el talento femenino es un recurso de creación de valor económico infrautilizado, estancado por su falta de progreso o sin explotar desde la base.

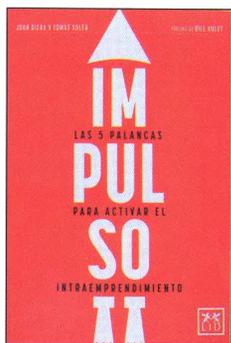


## Impulso. Las palancas para activar el emprendimiento

**Autores:** Joan Riera y Tomás Soler

**Editorial:** LID

Las empresas de carácter tradicional que sobreviven en entornos maduros y que están orientadas a la eficiencia tienen un futuro incierto, porque actualmente ningún sector está a salvo de la disrupción. La tecnología está erosionando las barreras de entrada que protegían sus negocios, generando fácil accesibilidad. La receta más eficaz para las empresas consolidadas es adoptar comportamientos propios de emprendedores, por lo que se hace imprescindible disponer de políticas de emprendimiento corporativo. Para facilitar este proceso los autores ponen en nuestras manos una excelente guía para introducirse en el mundo del emprendimiento corporativo.



## La revolución silenciosa del profesional del siglo XXI

**Autora:** Ana Moreno Romero

**Editorial:** Universitaria Ramón Areces

El mundo del trabajo está en evolución permanente. En este libro se exponen algunas de las ideas innovadoras que están cobrando fuerza en el ámbito de Recursos Humanos. El trabajo de investigación en el ámbito de la organización tiene en estos momentos más preguntas que respuestas. Por un lado, nos enfrentamos a los problemas observados de estrés e insatisfacción de los trabajadores. Por otro, a los retos tecnológicos y a los derivados de la globalización, que marcan el día a día de las organizaciones, en el contexto de la sociedad en red. Y entre estos dos lados de la vida laboral, el empleado y el empleador, cada vez se observa más despego.



## Empresas con Alma, empresas con Futuro

**Autor:** Guillermo Echegaray

**Editorial:** Pirámide

El objetivo del libro es encontrar el alma de las empresas con una perspectiva sistémica que ayuda a ver el todo y no las partes, pero teniendo en cuenta a las personas que forman parte de ellas, creando contextos que les permitan potenciar sus virtudes individuales, sacar lo mejor de cada

una de ellas y crear sinergias. Es una guía con múltiples ejemplos que ayudan a entender esa nueva mirada sistémica en la gestión de la empresa. El autor nos ofrece un camino -el sistémico- para lograr ayudar a que las empresas encuentren su alma y su propósito.



## Inteligencia comercial

**Autor:** Luis Bassat

**Editorial:** Plataforma Actual

Picasso y Van Gogh están hoy en los mejores museos del mundo. Sin embargo, en toda su vida Van Gogh sólo consiguió vender un cuadro. Picasso, en cambio, vendió toda su producción, que fue mucha, se hizo inmensamente rico y nadie osó jamás decir que su pintura fuera comercial. Lo que era comercial era su inteligencia. Este es uno de los muchos ejemplos que el autor utiliza en este libro para explicar qué es la inteligencia comercial, para qué es necesaria y cómo podemos desarrollarla si no hemos tenido la suerte de nacer con ella y descubriremos que la inteligencia comercial no es un truco para vender más.

